



洛杉矶 - 纽约 - 巴黎 - 上海

展后分析报告

SPINEXPO™ 上海

2026-27秋冬系列

2025年8月19-20-21日



纱线 - 纤维 - 针织成衣 - 针织产品

优质观众比例提升

SPINEXPO™ 上海展已于 2025 年 8 月 19-21 日在浦东世博展览馆圆满落幕，展会三天共接待观众 8,501 人次。

本届起，我们决定关闭当日的观众注册通道。SPINEXPO™ 始终定位为面向纺织行业潜在买家客户的贸易型展会，而非供应商或个人来进行业务推广的平台。这一决策源于SPINCLUB巴黎&纽约活动的成功经验，即通过严格把控观众质量，确保了参展企业的投入更具成效。SPINEXPO™ 在此由衷感谢各位展商的支持与配合。

受美国进口关税不确定性与中国本地经济增速放缓的共同影响，本届展会整体氛围较以往更为平和冷静，但运作高效。多数展商反馈上半年销售表现良好，但对2025年后续市场的前景持谨慎态度，甚至有所担忧。

从观众的普遍反馈看，除主打日本市场的展商外，本届产品的创意度较往年略有下降，真正令人眼前一亮的新品相对有限。我们观察到来访企业呈现两种采购趋势：一部分买家继续将质量置于价格之上，偏好更高端且更具辨识度的产品；另一部分则因经营压力加大，寻求价格更低但仍能兼具品质与档次的产品。

我们将继续完善首日“买家专属日”的观众筛选工作，重点甄别具备采购潜力的专业观众；同时欢迎展商协助识别来自贸易公司的真实买家——这类观众的参观目标往往难以界定。不过，展商普遍认可观众质量有所提升，尤其是在第 3 天，“名片收集者”等非目标观众显著减少。值得说明的是，尽管我们加强了对观众资质的审核力度，本届观众总数仍保持稳定。

此外，欧美买家正在逐渐回归：来自美国/加拿大/南美的观众共计19人，来自欧洲的观众共计43人。这一趋势令人鼓舞，我们将继续加大在这些区域的市场推广力度。香港买家亦在回流，本届共有 131 人到场。因此我们将停止举办 SPINCLUB 香港，转而加大直投营销力度，并通过更多活动与运营投入，提升常平展厅的活跃度。日本买家强势回归，共计192 人，韩国买家132人，俄罗斯买家数量保持稳定，共计47 人。自下届起，我们将新增日语与韩语版的观众预注册说明。

部分观众提到，趋势区域内的横机针织作品占比有所下降。我们将在下届展会加强该板块的作品展示，但我们也注意到展商对梭织面料的兴趣日益浓厚；因此我们需要像以往针对运动鞋材或圆机针织那样，突出呈现这类重要的趋势。我们将在强化横机针织的同时，持续呈现家纺、圆机针织与梭织工艺。即使宏观经济与政治环境错综复杂，SPINEXPO的优势在于设计师的创造力，以及对“未来动向”的洞察与解读。SPINEXPO™将持续致力于发掘更优且更具辨识度的产品，支持新品发布，促进展商之间的新合作，以及推出一切能够以不同方式促进展商业绩的举措。

K. Van Tassel

展会数据

总参观者（第1-2-3天）

总计：8 501 (重复入场: 859)

按国家/地区划分的参观者
(总计: 7 642)

中国大陆	6 954
日本	192
韩国	132
中国香港	129
俄罗斯联邦	47
孟加拉	46
中国台湾	46
英国	12
美国	11
土耳其	11
印度	10
德国	6
澳大利亚	5
西班牙	5
墨西哥	4
其他*	32

* 巴西、保加利亚、柬埔寨、澳门、哥伦比亚、丹麦、爱沙尼亚、法国、意大利、哈萨克斯坦、马达加斯加、荷兰、巴基斯坦、波兰、新加坡、斯洛伐克、瑞典、瑞士、泰国。



中国内地观众
(总计: 6 954)

浙江	2 522
上海	2 148
江苏	1 215
广东	409
山东	162
河北	79
北京	122
内蒙古	22
福建	57
辽宁	31
安徽	44
天津	16
重庆	23
河南	19
四川	10
江西	17
湖南	16
湖北	11
其他省份	31

按行业类别分类

品牌/百货/电商	14.8%
设计/趋势机构	1.3%
染整企业	0.1%
纤维/原料/化学品	2.5%
服装/针织/纺织制造商	60.3%
机械制造商	0.8%
其他（博主、汽车内饰、美术馆等）	0.8%
媒体	0.5%
纱厂/代理商	10.8%
学生/教师	1.3%
检测/认证机构	0.3%
服装批发/零售/贸易商	6.4%



下一季展会信息

SPINCLUBS

SPINEXPO™ 纽约
2026年1月14-15日
大都会展览馆

SPINEXPO™ 巴黎
2026年2月3-4日
ESPACE 38

展会
SPINEXPO™ 上海
2026年3月10-11-12日
世博展览馆

展会现场掠影

